



บทวิจารณ์หนังสือ Book Review

Media Literacy

Potter, W. J. (2013). 6th Ed. Los Angeles:

SAGE. 552pp. \$65.93 pbk.

ปญญติศา วิเศษสินธุ์

Bhunnisa Wisassinthu¹

“สมมติว่าเราอ่านหนังสือทุก ๆ 2 นาที และไม่นอนเลยตลอดปี เราอาจจะอ่านหนังสือที่ดีพิมพ์ในปีนั้นได้หมด แต่ไม่มีทางที่จะดูโทรทัศน์ หรือ ท่องอินเทอร์เน็ตได้หมดอย่างแน่นอน เนื่องจากเราไม่มีทางที่จะเข้าถึงและติดตามเนื้อหาสื่อได้ตลอดเวลา การรู้เท่าทันสื่อจึงไม่ได้มุ่งให้ทุกคนติดตามข้อมูลผ่านสื่อได้ทั้งหมด แต่การรู้เท่าทันสื่อมีบทบาทในการสนับสนุนการเปิดรับสื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความจำเป็นของผู้บริโภคสื่อ ด้วยการส่งเสริมในด้านความรู้ความเข้าใจเพื่อรับประโยชน์จากสื่ออย่างแท้จริง และหลีกเลี่ยงความเสี่ยงทั้งหลายที่จะเกิดขึ้นจากการรับชมสื่อ” (Center for Media Literacy, 2011)

นี่คือส่วนหนึ่งของ บทสัมภาษณ์เจมส์ พอตเตอร์ (James W. Potter) ผู้เขียนหนังสือ Media Literacy บทสัมภาษณ์นี้จัดทำโดย Center for Media Literacy (CML) หน่วยงานสากลในประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ หน่วยงานดังกล่าวได้รวบรวมบทสัมภาษณ์บุคคลผู้ถือได้ว่าเป็นผู้บุกเบิกงานด้าน Media Literacy โดยดำเนินการสัมภาษณ์บุคคลจำนวน 20 ท่าน ในระหว่างปี 2010 -2011 รวบรวมเป็นบทสัมภาษณ์ชุด Voices of Media Literacy: International Pioneers Speak

James W. Potter คือ 1 ใน 20 ท่านที่ CML ถือว่าเป็นผู้บุกเบิกผลงานด้านการรู้เท่าทันสื่อ เขาเป็นศาสตราจารย์ สังกัดภาควิชาการสื่อสาร (Department of Communication) มหาวิทยาลัย แคลิฟอร์เนีย ซานตาบาร์บารา ประเทศสหรัฐอเมริกา

¹ อาจารย์ กลุ่มวิชาการจัดการสารสนเทศและการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น; Lecturer, Information and Communication Management Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Khon Kaen University

และได้สั่งสมประสบการณ์การทำงานในบทบาทของนักหนังสือพิมพ์ และการทำงานด้านสื่อมาพอสมควร ก่อนจะผันตัวเองสู่บทบาทของนักวิชาการและอาจารย์มหาวิทยาลัยรวมทั้งเป็นเจ้าของผลงานหนังสือ Media Literacy (การรู้เท่าทันสื่อ) ที่ได้รับความสนใจจากนักวิชาการทั่วโลกโดยมีการแปลเป็นภาษาต่างประเทศอื่นอีก 4 ภาษา และมีการตีพิมพ์อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน Edition 6 โดยตีพิมพ์ครั้งแรก ในปี 1998 จนกระทั่งตีพิมพ์ฉบับล่าสุด ครั้งที่ 6 ในปี 2013 หนังสือเล่มนี้แบ่งออก 7 ตอน รวมทั้งหมด 22 บท นอกจากนี้ในแต่ละบทได้สรุปสาระสำคัญ และอธิบายถึงความสัมพันธ์ของแต่ละบทเพื่อเชื่อมโยงความเข้าใจของผู้อ่าน หนังสือเล่มนี้มีความหนาถึง 423 หน้า ซึ่งยังไม่รวมบรรณานุกรมและคลังคำศัพท์ โดยมีเนื้อหาครอบคลุมตั้งแต่ แนวคิดความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ จนถึงการใช้วิเคราะห์ทำความเข้าใจทุกภาคส่วนและองค์ประกอบในกระบวนการสื่อสาร ตั้งแต่ระดับผู้ผลิตเนื้อหาสาร และผู้บริโภคสื่อ แม้ว่าจะอัดแน่นไปด้วยเนื้อหาแต่ผู้เขียนสามารถเรียบเรียงเนื้อหาอย่างเป็นระบบ พร้อมตัวอย่างสถานการณ์ แบบฝึกหัดในการวิเคราะห์และแหล่งข้อมูลค้นคว้าเพิ่มเติมในแต่ละบทซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านในการสืบค้นข้อมูลต่อไป

Media Literacy คืออะไร

เมื่อเราใช้คำว่า Media literacy เป็นคำค้น (Keyword) ในการสืบค้นข้อมูลผ่าน Search Engine เช่น Google พบข้อมูลถึง 65,200,000 รายการในปี 2013 และหากจำกัดการสืบค้นให้แคบลงผ่าน Google Scholar ก็ยังพบว่ายังมีผลงานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับ Media Literacy มากถึง 1,240,000 รายการซึ่งสะท้อนถึงกระแสความสนใจในประเด็นเรื่องการรู้เท่าทันสื่อจากคนในสังคม

ผู้เขียนนำเสนอความหมายของ Media Literacy ในตอนที่ 1 บทนำของหนังสือ โดยมุ่งนำเสนอประเด็นเพื่ออธิบายว่าทำไมการรู้เท่าทันสื่อจึงมีความสำคัญมาก การรู้เท่าทันและอ่านสื่อ (Media literate) หมายถึงอะไร ส่วนนี้ประกอบด้วยเนื้อหา 2 บท **บทที่ 1** เมื่อชีวิตในโลกท่วมท้นด้วยข้อมูลข่าวสาร ผู้เขียนนำเสนอข้อมูลเพื่อแสดงถึงที่มาและความจำเป็นในการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ โดยนำเสนอถึงวิถีชีวิตในสังคมวัฒนธรรมซึ่งแวดล้อมท่วมท้นไปด้วยข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนและสื่ออินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม (Social Networking Sites) โดยในการตีพิมพ์ฉบับล่าสุดนี้ เห็นได้ชัดว่า ผู้เขียนได้เพิ่มมุมมองเนื้อหาครอบคลุมทั้งสื่อมวลชนในรูป

แบบเดิม (Traditional Media) และสื่อใหม่ (New Media) ผู้เขียนเลือกใช้คำว่า Message Saturation คือ ในวัฒนธรรมที่เต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสารแบบท่วมท้น เนื้อหาสารหลังไหลสู่ผู้ชมผ่านสื่อหลากหลายรูปแบบ เช่น ยกตัวอย่างเนื้อหาสารในโฆษณาซึ่งสร้างความคุ้นเคยและดึงดูดใจผ่านการคัดเลือกรหัสความหมาย หากผู้ชมเปิดรับสื่อโดยไม่ใส่ใจในการประเมินคุณค่าด้วยความรอบคอบแล้ว ข้อมูลข่าวสารสามารถมีผลต่อพฤติกรรมการใช้ชีวิตและกลายเป็นนิสัยความเคยชินโดยไม่รู้ตัว บทนี้ผู้เขียนได้เน้นย้ำแนวคิดของการรู้เท่าทันสื่อ คือ Taking Control โดยให้พลังกับผู้ชมมีอำนาจเหนือข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อ ด้วยความสามารถในการอ่านสื่อ วิเคราะห์ ประเมินค่าเนื้อหาสารในสื่อเพื่อปกป้องตนเอง และสามารถหลีกเลี่ยงเนื้อหาสารด้านลบท่ามกลางสังคมวัฒนธรรมซึ่งเต็มไปด้วยการไหลบ่าของข้อมูล (the flood of information) **บทที่ 2** แนวทางการรู้เท่าทันสื่อกล่าวถึง แนวคิดความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ โดยมุ่งเน้นให้สามารถเปิดรับสื่อด้วยความสามารถในการตีความหมายในเนื้อหาสาร และความสามารถในมิติการรู้เท่าทันสื่อ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ ด้านอารมณ์ความรู้สึก ด้านสุนทรีย์ และด้านศีลธรรม โดยภายในเนื้อหา มีการยกตัวอย่างในแต่ละมิติจากการเปิดรับสื่อ นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงองค์ประกอบ 3 ด้านที่สัมพันธ์กับการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งครอบคลุม ความสามารถของแต่ละบุคคล การสังสมโครงสร้างความรู้และทักษะ 7 ประการในการรู้เท่าทันสื่อ บทนี้ทิ้งท้ายด้วยขั้นตอนพัฒนาการด้านการรู้เท่าทันสื่อ ซึ่งแสดงถึงคุณลักษณะการรู้เท่าทันสื่อของแต่ละบุคคลที่สัมพันธ์กับช่วงวัย โดยครอบคลุมทักษะการรู้เท่าทันสื่อขั้นพื้นฐาน ประกอบด้วย ทักษะที่เกิดจากการเรียนรู้ขั้นพื้นฐาน ทักษะด้านภาษา ทักษะด้านการเล่าเรื่อง ทักษะด้านการตั้งคำถาม จนถึงทักษะการรู้เท่าทันสื่อขั้นสูง ประกอบด้วย การรู้จักแสวงหาข่าวสารจากสื่อหลากหลายช่องทาง การตระหนักในคุณค่าของการวิพากษ์วิจารณ์ และการเป็นผู้มีความรับผิดชอบต่อสังคม

การรู้เท่าทันสื่อมุ่งสร้างผู้เปิดรับสื่อเชิงรุก (Active Audience)

ในความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ มุ่งเน้นการสร้างความสามารถในการวิเคราะห์วิพากษ์วิจารณ์สื่อ จึงหลีกเลี่ยงการใช้คำว่าผู้รับสาร เพราะไม่ต้องการสื่อว่าเป็นผู้รับสารแบบตั้งรับ (Passive Audience) ครอบข้อมูลจากสื่ออย่างเดียว การรู้เท่าทันสื่อซึ่งมุ่งแสดงถึงศักยภาพกับผู้รับสาร จึงใช้คำที่สะท้อนถึงลักษณะของผู้ดู ผู้ชม หรือผู้เปิดรับสื่อ (Audience) แทนคำว่าผู้รับสาร (Receiver) ในที่นี้ผู้วิจารณ์เลือกใช้คำว่าผู้เปิดรับสื่อให้สอดคล้องกับคู่มือการรู้เท่าทันสื่อภายใต้การสนับสนุนโดยแผนงานสื่อสร้างสุขภาวะเยาวชน (สสย.) และกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) (Yenjabok, 2009)

ตอนที่ 2 มุ่งทำความเข้าใจผู้เปิดรับสื่อ (Audience) ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และจากมุมมองของผู้ผลิตสื่อ โดยแบ่งออกเป็น 3 บท เริ่มจาก**บทที่ 3** มุมมองในระดับปัจเจกบุคคลกล่าวถึง บทบาทของผู้เปิดรับสื่อในฐานะผู้ผลิตและสร้างความหมาย (Meaning Construction) และความเข้าใจในนิสัยความเคยชินการเปิดรับสื่อ (Media Exposure Habits) โดยวิเคราะห์การเปิดรับเนื้อหาสารและความสนใจสื่อ (Exposure and Attention) นอกจากนี้ผู้เขียนได้เพิ่มสาระสำคัญในประเด็น Exposure State ที่ระบุถึงสภาวะการรับรู้เนื้อหาสารที่นำไปสู่กระบวนการทำความเข้าใจและตีความสารอย่างมีทิศทางเพื่อสะท้อนถึงจุดยืนของตนใน**บทที่ 4** มุมมองจากอุตสาหกรรมผู้ผลิตสื่อต่อผู้เปิดรับสื่อ โดยอธิบายบริบทและการเปลี่ยนผ่านจาก Audience ในระดับมวลชน (Mass Audience) จนพัฒนาสู่การวิเคราะห์ Audience แบบเฉพาะกลุ่ม (Niche Audience) ซึ่งแยกย่อยไปตามลักษณะทางภูมิศาสตร์ ลักษณะทางประชากรชนชั้นทางสังคม และ เกณฑ์ด้านจิตวิทยา เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้เขียนยังอธิบายกลยุทธ์การใช้สื่อใช้เพื่อดึงดูดความสนใจนำไปสู่การเปิดรับสื่ออย่างต่อเนื่อง **บทที่ 5** คือ ส่วนสุดท้ายของแนวคิด Audience นำเสนอมุมมองในเรื่องเด็กและเยาวชน โดยสะท้อนถึงเหตุผลและความจำเป็นเพื่อตอบคำถามว่า ทำไมทักษะการรู้เท่าทันสื่อจึงมุ่งความสนใจเป็นพิเศษไปที่เด็กและเยาวชน เนื้อหาในบทนี้ครอบคลุมตั้งแต่แนวคิดในเรื่องประสบการณ์และความมีวุฒิภาวะของเยาวชน โปรแกรมในการควบคุมเนื้อหาในสื่อและเทคนิคสำหรับผู้ปกครองในการปกป้องเด็กและเยาวชนจากผลกระทบด้านลบในสื่อ ตลอดจนการส่งเสริมทักษะทางปัญญาในแบบ Fluid Intelligence ด้วยการคิดแนวข้าง (Lateral Thinking) และ Crystalline Intelligence ด้วยการคิดแนวลึก (Vertical Thinking) ซึ่งเป็นทักษะการคิดที่จำเป็นในการรู้เท่าทันสื่อ รวมถึงส่งเสริมด้านความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence)

ตอนที่ 3 มุ่งทำความเข้าใจภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมผู้ผลิตสื่อเป็นสำคัญ โดยผู้มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อจำเป็นต้องเข้าใจถึงแนวทางการดำเนินงาน โครงสร้างและระบบองค์กรของอุตสาหกรรมสื่อ เพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนาภาวะของการรู้เท่าทันสื่อ ทำให้ทราบได้ว่าอะไรคือเป้าหมายของผู้ผลิตสื่อ โดยแบ่งเป็น 3 บท เริ่มจาก **บทที่ 6** กล่าวถึงพัฒนาการของอุตสาหกรรมสื่อและการปรับตัว โดยครอบคลุมสื่อมวลชนทุกประเภท **บทที่ 7** เสนอมุมมองด้านเศรษฐศาสตร์โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการแข่งขันของสื่อ กลยุทธ์ในการสร้างผลกำไร โดยได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษาด้านสื่อซึ่งใช้วิธีการและนำเสนอเนื้อหาสาร

เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายรวมถึงการวิเคราะห์มุมมองด้านเศรษฐศาสตร์เพื่อเชื่อมโยงสู่มิติในด้านการรู้เท่าทันสื่อ ได้แก่ ด้านการรับรู้ด้านอารมณ์ความรู้สึก และด้านศีลธรรม **บทที่ 8** กล่าวถึงสถานการณ์อุตสาหกรรมสื่อในปัจจุบัน มีเนื้อหาเกี่ยวกับการหลอมรวมสื่อนวัตกรรมด้านการใช้เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมการผลิตสื่อ รวมถึงมุมมองเชิงวิพากษ์ถึงการทำงานในแวดวงสื่อที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องเพศ และเชื้อชาติ

ตอนที่ 4 มุ่งทำความเข้าใจเนื้อหา (Content) ในสื่อมวลชน เริ่มจาก **บทที่ 9** กล่าวถึงบทบาทของสื่อในด้านการสร้างเนื้อหาและกระบวนการสร้างความเป็นจริงผ่านสื่อโดยมีเนื้อหากล่าวถึง ความเป็นจริงที่ปรากฏในสื่อ ซึ่งสะท้อนถึงวิธีการที่ทำให้ผู้เปิดรับสื่อรู้สึกว่าการนำเสนอเป็นเรื่องน่าเชื่อถือ น่าตื่นเต้น และชวนติดตามมากกว่าสะท้อนความจริงตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน โดยนำเสนอมุมมองทั้งจากผู้เปิดรับสื่อ และผู้ผลิตข่าวสาร **ในบทที่ 10** มุ่งเน้นไปที่ เนื้อหาข่าว (News) มีแนวคิดที่ว่า ข่าวเป็นการสะท้อนความจริง หรือการประกอบสร้าง โดยหยิบยกปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการผลิตข่าว ไม่ว่าจะเป็นข้อจำกัดในเรื่องเงินเวลา แหล่งข่าว อิทธิพลในด้านระบบโครงสร้างขององค์กร ตลอดจนการนำเสนอข่าวที่สะท้อนค่านิยมของคนในสังคมวัฒนธรรม เป็นต้น นอกจากนี้ผู้เขียนยังได้ตั้งคำถามถึงความเป็นกลางของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าว เพื่อนำไปสู่การประเมินค่า โดยนำมิติการรู้เท่าทันสื่อทั้ง 4 ด้าน มาอธิบายร่วมกับการวิเคราะห์ตีความข่าวสาร นอกจากนี้ในการตีพิมพ์ครั้งที่ 6 ผู้เขียนได้เพิ่มเนื้อหาให้ตอบสนองต่อสื่อใหม่ด้วยเนื้อหาการสร้างกระแสข่าวผ่านบล็อก (Blog) , ประเด็นข่าวผ่านสื่อสังคมบนอินเทอร์เน็ต (Social Media) และการประเมินความน่าเชื่อถือในการนำเสนอข่าวสาร

บทที่ 11 มุ่งเน้นไปที่ เนื้อหาด้านบันเทิงในสื่อมวลชน โดยนำเสนอถึงการออกแบบสารเพื่อดึงดูดความสนใจซึ่งนำไปสู่การเปิดรับสื่อซ้ำ และเชื่อมโยงการวิเคราะห์การตีความเนื้อหาสารบันเทิงในมิติการรู้เท่าทันสื่อทั้ง 4 ด้าน เนื่องจาก การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อจำเป็นต้องเข้าใจในบริบทของการผลิตสื่อบันเทิง เพื่อสามารถตีความและประเมินค่าได้ ดังนั้นเนื้อหาในบทนี้ จึงมุ่งให้ผู้อ่านทราบถึง สูตรการนำเสนอในสื่อบันเทิง โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับการนำเสนอเรื่องราว (Story) ประเภทของสื่อ (Genres) และเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องในการผลิตและเทคนิคกระบวนการวิเคราะห์สื่อด้านต่าง ๆ ตั้งแต่ การวางโครงเรื่อง แนวทางการกำหนดบุคลิกลักษณะของนักแสดงการเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบด้านเนื้อหาที่

นำเสนอในประเด็นสังคมที่ยังคงเป็นที่ถกเถียงกันอยู่ การเลือกใช้ประเด็นสุขภาพเป็นกลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหาสารเพื่อแสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม คุณค่าที่แฝงมาในเนื้อหาสาร **บทที่ 12** เนื้อหาโฆษณา บทนี้ผู้เขียนชี้ให้เห็นว่าเนื้อหาสารในโฆษณาผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต และสื่ออื่น ๆ อีกมากมาย เนื้อหาเหล่านี้อยู่รอบตัวเราเต็มไปหมด โดยยกสถิติเปรียบเทียบในแต่ละสื่อให้ผู้อ่านทราบอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ยังมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์บทบาทของโฆษณาในด้านการบริโภคนิยม และการประกอบสร้างคุณค่าและความจริงเทียมในโฆษณา ปิดท้ายบทนี้ ด้วยแนวคิดที่ว่าเราสามารถรู้เท่าทันสื่อได้ด้วยการตั้งคำถามในขณะรับชมสื่อ และเชื่อมโยงการวิเคราะห์การตีความเนื้อหาสารในโฆษณากับมิติการรู้เท่าทันสื่อทั้ง 4 ด้าน **บทที่ 13** กล่าวถึง เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อสมัยใหม่ ซึ่งมีลักษณะที่เป็นสื่อที่สร้างปฏิสัมพันธ์ (Interactive Media) และสมาชิกในสังคมสามารถร่วมกันสร้างเนื้อหาสาร ดังที่Baran and Davis (2006) ระบุว่า ผู้รับสารทางสื่ออินเทอร์เน็ต ไม่เพียงแต่เป็นผู้รับสารเชิงรุกที่แสวงหาและค้นหาข้อมูลข่าวสารที่ตนเองต้องการเท่านั้น แต่ยังรวมถึงคุณลักษณะเชิงรุกที่ผู้รับสารสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ส่งสารด้วยการสร้างและส่งต่อข้อมูลข่าวสารบทนี้กล่าวถึงพัฒนาการของสื่อมวลชน ลักษณะของการแบ่งปันข้อมูลร่วมกัน การใช้สื่อเครือข่ายทางสังคม และการสนับสนุนจากโฆษณาโดยมุ่งเน้นความเข้าใจในบริบทและประวัติศาสตร์ของการสื่อสาร ทั้งการสื่อสารผ่านเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม (Social Networking Sites) และเกมดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกมออนไลน์แบบสวมบทบาท (Massively Multiplayer Online Role-Playing Game) โดยเชื่อมโยงมิติการวิเคราะห์ในด้านการรู้เท่าทันเนื้อหาสื่อใน Social Media โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับนักเรียน นักศึกษาซึ่งใช้ชีวิตผูกติดกับการเปิดรับสื่อประเภทนี้

ตอนที่ 5 ผลกระทบจากการเปิดรับเนื้อหาสารในสื่อมวลชน โดยแบ่งออกเป็น 2 บท ซึ่งผู้เขียนกล่าวว่า “การศึกษาผลกระทบ” คือหัวใจของการรู้เท่าทันสื่อ โดยมุ่งเน้นการสร้างผู้เปิดรับสื่อเชิงรุก (Proactive) มากกว่าเชิงรับ (Passive) คือ มีความกระตือรือร้นในการตีความสารและวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องโดยมีข้อมูลพร้อมประกอบการตีความ **บทที่ 14** นำเสนอสองประเด็นหลัก คือ ความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อที่มีต่อตนเอง ซึ่งผู้เขียนได้อธิบายถึงผลกระทบในแบบทางตรงและแบบกระบวนการ โดยเน้นย้ำว่าผลกระทบในสื่อไม่ได้นำเสนออย่างตรงไปตรงมา จึงควรให้ความสนใจกับผลกระทบ

แบบกระบวนการ ซึ่งมีอิทธิพลต่ออารมณ์ ความรู้สึก วิธีคิดและการกระทำที่น่าสนใจ คือ Baseline Factors 7 ด้าน ที่มีอิทธิพลต่อการตีความผลกระทบจากสื่อ ซึ่งเชื่อมโยงเนื้อหาในตอนที 2 เกี่ยวกับผู้เปิดรับสื่อและ Fluctuation Factors 6 ด้านซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับทั้งผู้ผลิตสื่อและผู้เปิดรับสื่อโดยในด้านผู้ผลิตมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือ การนำเสนอเนื้อหาบริบทการนำเสนอ ในด้านผู้เปิดรับสื่อมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง คือ อิทธิพลสื่อ แรงจูงใจ สภาวะทางอารมณ์ และการให้ความหมายเชื่อมโยงกับตัวตน ปัจจัยเหล่านี้ทำให้เข้าใจถึงอิทธิพลของสื่อที่มีต่อแต่ละบุคคล **บทที่ 15** ได้ขยายมุมมองในการพิจารณาผลกระทบของสื่อโดยผู้เขียนเสนอว่า การพิจารณาผลกระทบควรพิจารณาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างรอบด้านให้ครอบคลุมทั้งด้านสภาพแวดล้อม และปัจจัยด้านบุคคล ได้แก่ ช่วงเวลาและระยะเวลาผลกระทบด้านการรับรู้ ด้านทัศนคติ ด้านอารมณ์ ด้านจิตวิทยา ด้านพฤติกรรมตลอดจนการพิจารณาถึงผลกระทบในด้านบวกหรือลบ และผลกระทบในแบบตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ

ตอนที่ 6 มุ่งนำเสนอแนวคิดในเชิงวิพากษ์วิจารณ์สื่อมากยิ่งขึ้น โดยนำเสนอประเด็นปัญหา 5 ด้าน ประเด็นแรกคือ เรื่องความเป็นเจ้าของสื่อ นำเสนอใน **บทที่ 16** โดยตั้งคำถามว่าใครเป็นผู้ควบคุมสื่อ ซึ่งผู้เขียนนำเสนอกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์และตัวอย่างสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องในเรื่อง การควบรวมกิจการสื่อ มาตรการทางสังคมและจริยธรรม กติกา กฎระเบียบทางสังคม ที่น่าสนใจคือ การอธิบายประเด็นการเป็นเจ้าของสื่อ ผู้มีอำนาจควบคุมสื่อกับการควบคุมการนำเสนอเนื้อหาและการเข้าถึงเนื้อหา ทำให้ผู้เปิดรับสื่อมีแนวโน้มที่จะได้รับข่าวสารแบบผูกขาดจากผู้ผลิตสื่อรายใหญ่ ดังนั้น สิ่งที่ผู้เขียนต้องการเน้นย้ำ คือ ผู้ที่มีทักษะการรู้เท่าทันสื่อจึงควรติดตามความคืบหน้าของสถานการณ์อย่างรอบด้าน **บทที่ 17** นำเสนอประเด็นเรื่องสิทธิส่วนบุคคลโดยมุ่งเน้นเนื้อหา รูปแบบการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลด้วยการเผยแพร่ข้อมูลส่วนบุคคลผ่านสื่อโดยเฉพาะอย่างยิ่งในอินเทอร์เน็ต เช่น การขายข้อมูล (Selling Information) การขโมยข้อมูลส่วนบุคคล (Identity Theft) เป็นต้น ที่น่าสนใจ คือ ผู้เขียนนำเสนอวิธีการหลากหลายในการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลซึ่งอยู่ใกล้ตัวผู้อ่าน พร้อมยกตัวอย่างสถานการณ์จริงประกอบคำอธิบายเพื่อให้ผู้อ่านมีประสบการณ์ร่วมและให้ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการปกป้องตนเองจากการละเมิดสิทธิส่วนบุคคล **บทที่ 18** ประเด็นการละเมิดลิขสิทธิ์ ผู้เขียนยกตัวอย่างสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน เช่น การดาวน์โหลดเพลง ภาพยนตร์ เพื่อเชื่อมโยงประสบการณ์ตรงกับผู้อ่าน เนื้อหาในบทนี้มุ่งกระตุ้นให้เห็นความสำคัญของปัญหาที่มีผลกระทบต่อผู้ผลิตสื่อ

แนวคิดเกี่ยวกับการละเมิดลิขสิทธิ์ ความเข้าใจในสถานการณ์และมาตรการทางกฎหมาย

บทที่ 19 ความรุนแรงในสื่อ การพิจารณาในประเด็นนี้ควรพิจารณาผลกระทบในด้านความรุนแรงทั้งแบบทันทีทันใด และแบบระยะยาว ซึ่งครอบคลุมทั้งผลด้านพฤติกรรม ผลด้านจิตวิทยา ผลด้านอารมณ์ความรู้สึก ด้านทัศนคติ และด้านการเรียนรู้ โดยเชื่อมโยงสู่ผลกระทบในระดับสังคม ผู้เขียนเชื่อมโยงสู่ประเด็นการรู้เท่าทันสื่อโดยเน้นว่าการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อควรวิเคราะห์หิวพหุวิชาชีพการรู้เท่าทันสื่อด้วยการตั้งคำถามในสื่อที่รับชม พร้อมยกตัวอย่างชุดคำถามที่ทำให้รู้เท่าทันถึงค่านิยมและทัศนคติที่แฝงมากับสื่อ เช่น มีฉากความรุนแรงที่ซ่อนอยู่หรือไม่? ภาพที่ดูตลกขบขันจริง ๆ แล้วนำเสนออะไร? เป็นต้น ผู้เขียนสรุปสั้น ๆ ว่า การพัฒนานิสัยผู้มีความสามารถในการอ่านสื่อในประเด็นเรื่องความรุนแรงจำเป็นต้องคิดให้รอบด้านและเข้าใจถึงความเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อตนเองและสังคม นอกจากนี้ภาพความรุนแรงไม่จำเป็นต้องนำเสนอเป็นการกระทำที่เห็นชัดเจน การนำเสนอภาพกราฟิก และภาพสะท้อนในสื่อส่วนนำไปสู่ผลกระทบด้านความรุนแรง

บทที่ 20 อิทธิพลของสื่อด้านกีฬา ผู้เขียนสะท้อนประเด็นปัญหาของการกีฬาซึ่งผูกติดอยู่กับจำนวนเงินมหาศาลโดยสื่อได้เข้าไปมีบทบาทสนับสนุนในการถ่ายทอดรายการแข่งขัน การรายงานข่าวสินค้าและผลิตภัณฑ์ ใช้การโฆษณาเป็นสื่อกลางในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญอย่างมาก คือการตั้งคำถามถึง คุณค่าในสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อการกระตุ้นวิถีชีวิตแบบบริโภคนิยม และปกป้องตนเองจากผลกระทบด้านลบที่มีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิต

ตอนที่ 7 ก้าวแรกก้าวสำคัญสู่การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ในส่วนสุดท้ายนี้ประกอบด้วย**บทที่ 21** โดยผู้เขียนเริ่มจากการนำเสนอกลยุทธ์เพื่อพัฒนาความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อของปัจเจกบุคคล ประกอบด้วย เทคนิค 12 ด้าน ซึ่งมีสาระสำคัญในเรื่องการสร้างตระหนักรู้และการควบคุมผลกระทบจากสื่อซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับกลุ่มนักเรียน นักศึกษา จากนั้นได้เชื่อมโยงสู่ **บทที่ 22** โดยเน้นย้ำว่าเมื่อปัจเจกบุคคลมีภูมิคุ้มกันในการปกป้องตนเองจากผลกระทบที่ได้รับผ่านสื่อแล้วควรถ่ายทอดทักษะการรู้เท่าทันสื่อนี้ให้แก่คนในสังคมทั้งในระดับปัจเจกผ่านการสื่อสารระหว่างบุคคล และในระดับมหภาคคือการสร้างหลักสูตรการศึกษาเพื่อการเรียนรู้ เข้าใจสื่อ และสภาวะการรู้เท่าทันสื่อ

ผู้วิจารณ์มีความคิดเห็นว่าหนังสือเล่มนี้เป็นตำรา และคู่มืออย่างดีซึ่งช่วยให้เข้าใจภาพรวมของการรู้เท่าทันสื่อและบริบทแวดล้อมที่สามารถส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อได้

ครอบคลุมเนื้อหาทั้งในส่วนของผู้ผลิตสื่อ และผู้เปิดรับสื่อ ตลอดจนผลกระทบของเนื้อหาในสื่อประเภทต่าง ๆ เช่น ข่าว และโฆษณา ซึ่งเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน และสื่อสมัยใหม่โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Social Media จุดเด่นคือการยกตัวอย่างสถานการณ์การสื่อสารในสังคมวัฒนธรรม ผลสำรวจ สถิติประกอบการอธิบายและมีแบบฝึกหัดในการวิเคราะห์สื่อซึ่งทำให้เข้าใจถึงรูปแบบของการวิเคราะห์ สามารถวิพากษ์วิจารณ์บทบาทการทำงานของสื่อและเข้าใจถึงกลไกการนำเสนอเนื้อหาของสื่อแต่ละประเภทได้ชัดเจนมากขึ้น

การรู้เท่าทันสื่อ(Media Literacy)เป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลดังได้ระบุไว้ในยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านสื่อสารมวลชนขององค์การยูเนสโก (UNESCO) ซึ่งอยู่ในกรอบแนวคิดเรื่อง “การส่งเสริมเสรีภาพในการแสดงออกและการเสริมสร้างสมรรถนะในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน”โดยมีหลักการหนึ่งระบุไว้ว่าด้วย “การยกระดับการรู้เท่าทันสื่อให้สูงขึ้น” ส่งผลให้ประเทศสมาชิกนานาประเทศขององค์การยูเนสโกได้ขานรับหลักการนี้และนำไปขับเคลื่อนรวมทั้งประเทศไทยซึ่งได้ขับเคลื่อนและส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อมาเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 10 ปี (Yenjabok, 2009)

ในปัจจุบันการขับเคลื่อนในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อยังคงได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่องโดย UNESCO ได้หลอมรวมทักษะ Media Literacy และ Information Literacy ไว้ด้วยกันภายใต้แนวคิดการส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อควบคู่กับทักษะการรู้สารสนเทศ (Media and Information Literacy หรือ MIL) (UNESCO, 2013) ดังนั้น ผู้วิจารณ์เสนอว่าผู้ที่สนใจเรื่องการรู้เท่าทันสื่อควรศึกษาในประเด็น MIL เพิ่มเติมเพราะเป็นแนวโน้มต่อไปในอนาคตอย่างแน่นอน

เอกสารอ้างอิง

- Baran, S. J. & Davis, D. K.(2006). **Mass communication theory: Foundations, ferment, and future**. Wadsworth Series in Mass Communication and Journalism (4th ed.). Belmont, CA: Thomson/Wadsworth.
- Center for Media Literacy (CML).(2011). **Voices of media literacy: International pioneers speak**. Retrieved 27 October 2013, from <http://www.medialit.org/reading-room/voices-media-literacy-international-pioneers-speak-james-potter-interview-transcript>
- Yenjabok, P (2009). **Decoding and sharpening thinking for media literacy : Media literacy manual** ถอดรหัสลับความคิดเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ : คู่มือการเรียนรู้เท่าทันสื่อ. Bangkok : Offset Creation.
- Potter, W. J. (2013). **Media Literacy** (6th ed.). Los Angeles: SAGE.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization(UNESCO).(2013). **Media and information literacy as composite concept**. Retrieved 30 October 2013, from <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/>